

СПОРТ НА ДОКУМЕНТАЛЬНОМ ЭКРАНЕ

Спортивная аудитория насчитывает две трети населения земного шара, и с каждым годом ее становится все больше. «Виной» тому стали не только спортивные зрители, но и телеканалы, которые часто показывают не только спортивные мероприятия, но и документальные фильмы о спорте, интерес к которым начал проявляться уже в самом начале XX века.

Спортивная документалистика началась с момента появления кино и средств для съемки. Несмотря на то, что технические возможности не соответствовали сегодняшним, многих авторов начало привлекать спортивное состязание как таковое, в котором интересно все: и рекорды, и очки, и красота человеческого тела, и яркие эмоции. В настоящее время нельзя не отметить роль не только телевидения, но и Интернета, который самым очевидным образом способствует развитию спортивной деятельности и увеличению количества зрителей. Сегодня существуют специальные телеканалы и сайты для любителей спорта. Главный плюс спортивного телевидения и различных интернет-порталов – доступность. Не нужно куда-то ходить, чтобы посмотреть спортивный поединок, трансляцию соревнований или документальный фильм о любимом спортсмене. Все мировые телеканалы независимо от направления или тематики отдают часть своего эфирного времени спорту. Ни один выпуск новостей не обходится без спортивной информации. Это приносит немалую коммерческую выгоду тем, кто транслирует у себя то или иное мероприятие или показывает документальный фильм. Киноленты о спорте демонстрируются как отдельно, так и в перерывах между трансляциями (например, недавно, в перерыве матча ЦСКА в лиге чемпионов была показана документальная картина о том, как команда готовилась к поединку).

В основе спортивных фильмов лежит драматургия, которая имеет свои особенности. Многое в лентах о спорте строится на логике спортивной борьбы. А значит, на неожиданности и импровизации. Это как раз и нравится зрителям. Спортивная борьба не может быть построена на заранее запланированном сценарии. В этом ее уникальность. Сегодня подобных фильмов снимается много, но их нередко показывают по телевизору не в то время, которое удобно зрителям. Здесь вновь выручают различные интернет-порталы. Другая проблема состоит в том, что спортивные фильмы нередко выглядят однообразными, так как строятся на похожих сценариях, знакомят с похожими друг на друга героями. Хотя сами по себе герои могут быть весьма интересны зрителям, поскольку учат бороться и побеждать, несмотря ни на что. Как правило, спорт влияет на

людей позитивно: кто-то становится чемпионом, кто-то развивает в себе новые черты характера, кто-то просто становится сильнее. Во многих странах мира обучение спортивным специальностям и, в том числе, специальности «спортивный журналист» невозможно без просмотра и анализа документальных фильмов. Именно в силу того, что в этих фильмах фиксируются те или иные конкретные методики тренировок, без которых невозможно подняться на новый уровень в современном спорте и его освещении в СМИ. Обычному зрителю такие фильмы тоже нужны как для просвещения, духовного и культурного развития, так и для приобретения спортивных навыков.

Нами через Интернет, в письменной форме и в личном общении, был проведен опрос зрителей от 16 до 65 лет, в котором приняло участие более 100 человек. В результате выяснилось, что это были люди, проживающие не только на территории Российской Федерации. Опрос показал, что многие зрители не знают даже названий своих любимых документальных фильмов о спорте и спортсменах. Некоторые путали документальные и игровые картины. Отмечали, что лент о спорте мало. Хотя, по нашему мнению, это не совсем верно. Мало хороших документальных фильмов о спорте, зато мы видим много похожих друг на друга, сделанных по шаблону картин. Тем не менее, важность показа документальных фильмов на экране признают многие. Но отмечают при этом, что таким картинам не хватает рекламы. Они сегодня практически не демонстрируются на больших экранах в кинотеатрах, как это было раньше. Кроме того, документалисты редко стремятся искать новые пути в показе спорта на экране. Были среди опрошенных и те, кто не интересовался спортом вообще. Их число составило 8,9 %. Примерно столько же людей крайне редко смотрят спорт на экране – 8,9 %. «Иногда» – 24,4 %. Но тех, кто постоянно интересуется спортом, было больше половины – 57,8 %. Интерес к документальным фильмам о спорте невелик. 11,1 % смотрят такие фильмы «часто»; 35,6 % – «иногда»; 31,1 % – «крайне редко»; 22,2 % – «никогда». В основном, люди предпочитают смотреть спортивные трансляции, либо шоу, а не документальные фильмы.

В результате нашего исследования мы пришли к следующим выводам:

- аудитория у спортивных документальных фильмов невелика;
- многие признают важность подобных фильмов;
- отмечается, что документальных картин о спорте не так много. Хотя здесь следует уточнить: мало качественных работ, зато много похожих друг на друга, сделанных по шаблону лент.

М. А. Волокитин

ХУДОЖЕСТВЕННО-ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕЛЕПРОГРАММАХ

В информационных программах на телевидении художественно-выразительным средствам уделяется куда меньше внимания, нежели в аналитических или художественных телепередачах. Это связано со скоростью создания новостей: в сутки редакции некоторых каналов работают порой над десятью и более